

BremenZero bringt gemeinsam mit der Hochschule Bremen mit dem Projekt „Wärme für Alle“ die Wärmewende auf unterschiedlichen Wegen zu den Menschen. Das Projekt verbindet verschiedene Aktionsformate, die bei Bürger:innen, Politik und Fachakteur:innen Aufmerksamkeit schaffen soll.



Nutzung von Märchen als Narrativ in der Klimakommunikation



Ziel: Menschen durch positiv besetzte, bekannte Erzählungen aktivieren und interessieren



Ergebnis: guter Gesprächseinstieg, Medienpräsenz



Schwierigkeit: 2/3



Weil Klima kein Märchen ist – Klimalautern

Wie entstand die Idee?

- Wunsch nach positiver, alltagsnaher Klimakommunikation
- Bekannte Märchen wurden neu erzählt und mit Klimaschutz sowie Klimaanpassung verbunden
- Ziel: Hohe Sichtbarkeit und niedrigschwelliger Zugang über bekannte Geschichten

Wie wurde das Projekt umgesetzt?

- Entwicklung von Plakotmotiven zu Themen wie Mobilität, Landwirtschaft, erneuerbaren Energien, Biodiversität und Konsum
- Inszenierte Fotos mit dem Fotografen Thomas Brenner
- Beteiligung Jugendlicher an Kostümen, Posen und Bildauswahl
- QR-Codes zu Märchentexten, Hörfassungen und Hintergrundinformationen
- Plakate an öffentlichen Orten, im Programm kino und in Stadtbussen
- Vernissage mit Schauspieler:innen als Märchenfiguren und Protestaktion
- Märchenlesungen beim „art Walk“
- Begleitung durch Social Media und lokale Presse

Tipps für andere Teams

- Lokale Märchen und Geschichten als Ausgangspunkt nutzen
- Vorhandene Plakotmotive von KlimaLautern anfragen und nachnutzen
- Nachdruck mit eigenen Logos oder Sponsor möglich



Die Bremer Klimaschutzmusikanten – BremenZero

Wer sind die Bremer Klimaschutzmusikanten?

- Von BremenZero weiterentwickelte Version der Bremer Stadtmusikanten: Esel, Hund, Katze und Hahn kommen als Klimaflüchtlinge nach Bremen
- Symbol für Wandel, Hoffnung, Resilienz und gemeinsames Handeln
- Reaktion auf häufig negative und lähmende Klimaberichterstattung
- Nutzung einer bekannten Geschichte für positive Klimakommunikation
- Entwicklung gemeinsam mit dem Bremer Grafikdesigner Alexander Ott

Was ist das Ziel?

- Optimismus und konkrete Handlungsmöglichkeiten vermitteln
- Klimaschutz ohne Angst und Resignation kommunizieren

Welche Rollen übernehmen die Figuren?

- Esel: technische Umsetzung und körperliche Arbeit, etwa Windräder und Solaranlagen
- Hund: Wachsamkeit und Sauberkeit, etwa Mülltrennung
- Katze: Natur und lokale Versorgung, etwa Gemeinschaftsgärten
- Hahn: Information, Kommunikation und Mobilisierung

Tipps für andere Teams

- Bekannte Geschichte mit hohem Identifikationspotenzial nutzen

